



جهانی شدن اقتصادی و جایگاه ایران در آن

نیلوفر صدقی^۱، نازنین زمانی^۲

۱- دانشجوی دکتری شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی، ایران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق تجاری اقتصادی بین المللی، دانشگاه تهران، ایران

چکیده

یکی از بزرگترین تحولات دهه های اخیر، ایجاد مفاهیمی چون جهانی شدن می باشد. اگرچه تاکنون تعاریف متعددی از مفهوم جهانی شدن ارائه گردیده است اما هنوز مفهومی جامع و فراگیر که مورد پذیرش همگان باشد، حاصل نشده است و هر یک از نظریه پردازان و محققان با استفاده از ابعاد مختلف، به تعریف این مفهوم پرداخته اند، لذا در این پژوهش با هدف مطالعه و بررسی نظریات و تعاریف مختلف پیرامون جهانی شدن و جهانی شدن اقتصادی و همچنین بررسی جایگاه ایران در جهانی شدن اقتصادی، با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و بررسی اسناد و مدارک موجود، ضمن ارائه تعاریف مختلف، اقدام به مطالعه و شناخت شاخص های مختلف جهانی شدن اقتصادی شده است و در ادامه از دو شاخص معتبر (هریٹیج و فریزر) به منظور مشخص نمودن جایگاه ایران در جهانی شدن اقتصادی استفاده شده است که نتایج حاکی از آن است که ایران در طی سال های اخیر نه تنها رشد و توسعه اقتصادی در این شاخص ها نداشته بلکه از سال ۲۰۱۱ به بعد روند افولی نیز داشته است، همچنین رتبه ایران در شاخص هریٹیج در سال ۲۰۱۷ در بین ۱۸۱ کشور، ۱۷۴ و در شاخص فریزر در سال ۲۰۱۴ در بین ۱۵۹ کشور، ۱۵۰ بوده است که نشان دهنده اقتصاد بسیار بسته ایران می باشد.

واژگان کلیدی: جهانی شدن، جهانی شدن اقتصادی، شاخص های جهانی شدن اقتصادی